

УДК 81'23-057.87

DOI <https://doi.org/10.32782/3041-1351/2023-1-5>

Марчак Тетяна Андріївна

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри інклюзивної освіти, реабілітації та гуманітарних наук,
Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут»
marchak.tet@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-0198-7460
Web of Science Researcher ID: ABI-2568-2020

Загалевиц Валентина Леонідівна

викладач циклової комісії соціальної роботи, психології та фізичної реабілітації,
Відокремлений структурний підрозділ «Кам'янець-Подільський фаховий коледж»
Навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут»
zagalevich.valya@i.ua
ORCID ID: 0000-0002-5003-2313

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ ТА ЇЇ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Вступ. Ми керуємось поняттям, що система мовних одиниць з їх різноманітними значеннями зберігається у свідомості і є приналежністю мовної свідомості. Існує декілька рівнів опису мовної свідомості, зокрема рівень традиційного лінгвістичного опису. Він передбачає узагальнений опис значень та вживання мовних одиниць і структур відокремлено від психології мовця і психологічної реальності виконуваного опису, тобто мова вивчається як система одиниць і правил їх уживання.

Метою дослідження є аналіз ступеня сформованості мовної і соціокультурної компетентності у студентів з акцентом на їхні мовленнєві помилки, адже мовна компетенція вказує на рівень володіння мовною картиною світу.

Висновки. Аналіз компонентів структури національної самосвідомості виявив критерії, які відображають ставлення студентів до рідної землі, етносу, культури нації, України, суспільства і самих себе. В результаті виявлено, що для вирішення психологічної проблеми розвитку національної самосвідомості студентів необхідно створити програму розвитку цієї самосвідомості. Вона повинна спрямовуватися на практичне освоєння теоретичних і практичних знань про національні феномени. Важливим є також збагачення знань та формування навичок активної взаємодії через використання власного досвіду. Крім того, важливою є готовність особистості відчувати відповідальність за свій розвиток та долю нації. Необхідне також стимулювання творчої та соціальної активності студентів і створення умов для їхньої самореалізації.

Ключові слова: психологічний аналіз, мовна картина світу, мовна свідомість, концепція, психолінгвістика.

Marchak Tetiana Andriivna

PhD in Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Inclusive Education, Rehabilitation and Humanities,
Educational and Rehabilitation Institution of Higher Education “Kamianets-Podilskyi State Institute”

Zahalevych Valentyna Leonidivna

Lecturer at the Cycle Committee of Social Work, Psychology and Physical Rehabilitation,
Separate Structural Subdivision “Kamianets-Podilskyi Professional College”
of the Educational and Rehabilitation Institution of Higher Education “Kamianets-Podilskyi State Institute”

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF LANGUAGE AWARENESS AND ITS PSYCHOLOGICAL FACTORS IN YOUTH STUDENTS

Introduction. We are guided by the concept that the system of language units with their various meanings is stored in consciousness and is a part of language consciousness. There are several levels of description of linguistic consciousness, including the level of traditional linguistic description. It involves a generalized description of the meanings and usage of language units and structures separated from the psychology of the speaker and the psychological reality of the description performed, that is, the language is studied as a system of units and the rules of their usage.

The purpose of the study is to analyze the degree of formation of students' linguistic and sociocultural competence, the need to pay attention to their speech errors, because linguistic competence indicates the level of mastery of the linguistic picture of the world.

Results. The analysis of the components of the structure of national self-awareness revealed criteria that reflect the attitude of students to their native land, ethnicity, culture of the nation, Ukraine, society, and themselves. As a result, it was found that in order to solve the psychological problem of the development of students' national self-awareness, it is necessary to create a program for the development of this self-awareness. This program should be aimed at practical development of theoretical and practical knowledge about national phenomena. Enriching knowledge and forming active interaction skills through the use of one's own experience is also important. In addition, the readiness of the individual to feel responsibility for his development and the fate of the nation is important. It is also necessary to stimulate creative and social activity of students and create conditions for their self-realization.

Key words: psychological analysis, linguistic picture of the world, linguistic consciousness, concept, psycholinguistics.

Вступ. Концептуальні призми пояснення феномена свідомості як психологічного і мовного понять мають на меті побудову координатної площини численних психологічних досліджень свідомості і класифікацію наявних у психології та лінгвістиці академічних та практичних поглядів на феномен свідомості на певному системотворчому рівні з максимальною науковою обґрунтованістю.

Треба розрізняти два типи помилок: помилки лінгвістичні (викликані порушенням правил мовної системи і правил функціонування мовної норми мови, яка вивчається) і лінгвокультурологічні (що виникають у результаті порушення узусу).

Отже, термін «мовна свідомість» складається з таких слів і є дотичним до таких понять, які стосуються різних, хоча й близьких галузей: психології та лінгвістики. Конвергенцію відповідних понять, на наш погляд, слід розглядати як дуже прогресивну тенденцію. Це твердження впливає з того, що ми постійно спостерігаємо тісний зв'язок відповідних явищ у реальності. Насправді мова та її мовне виявлення використовуються людьми для вираження смислу, відображення стану свідомості, прояву психологічного змісту внутрішнього світу людини. Безсумнівно, в цьому полягають сутність і значення мови та мовлення, це є очевидним фактом, оскільки на допсихологічному етапі вивчення мови ці поняття нерідко приносилося в жертву науковій об'єктивності. Явища мови та мовлення досліджувалися тоді в межах власної феноменології, ізольовано від змісту, психологічної бази, мовної свідомості.

Мета роботи полягає у дослідженні рівня сформованості мовної свідомості студентів в умовах закладу вищої освіти.

Методологічною і теоретичною базою дослідження є провідні положення теорії пізнання, особистості, діяльності, розробленої провідними психологами, лінгвістами, когнітивістами, філософами, етнологами, культурологами теорії етносу, концепції мовної свідомості, яка розкриває її сутність, структуру та функції. В основу дослідження також покладено теорію цілісного педагогічного процесу, концепції етнокультурної та етнопедогогічної освіти студентів. Застосовані системний, комплексний, особистісно-діяльнісний підходи до процесу формування мовної свідомості студентів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мовленнєве середовище окреслює специфіку взаємодії студента в системах «викладач – студент», «студент – викладач», «студент – студент», «дорослий (батьки, родичі) – студент», «студент – дорослий» тощо. На підставі праць мовознавців визначаємо мовну особистість студента як особу, що, по-перше, є носієм мовної свідомості, вихованої в національному суспільно-соціальному, територіальному просторі; по-друге, яка реалізується в належній мовленнєвій поведінці (мовний патріотизм, повага до рідної мови, високий рівень мовленнєвої культури, послугоування мовою як засобом самопрезентації та соціалізації в суспільстві); по-третє, має сформовані мовнокомунікативні знання, уміння й

навички (комунікативні акти та продумовані тексти є продуманими, виваженими, лексично, стилістично й граматично правильно побудованими), а також набуває досвіду професійного спілкування.

Сутність мовної особистості становлять духовні й моральні цінності людини, оскільки саме мовлення людини значною мірою відображає її внутрішній світ, система знань людини накладає відбиток на її мовлення: як на те, що вона говорить, так і на те, як вона формулює думку. Становлення мовної особистості студента як майбутнього фахівця має відбуватися в межах національно-мовної картини світу.

Розвиток мовної особистості студента через навчання, виховання, спілкування має спрямовуватись на усвідомлений вибір мови спілкування, вільне володіння засобами української мови, реалізацію мовленнєвих здібностей у конкретному професійному дискурсі, розвиток мовного світогляду, мовного патріотизму, пропагування обов'язковості нормативного літературного мовлення в різних сферах комунікації. Актуальність студій у цій царині зумовлена багатьма чинниками: насамперед своїм практичним спрямуванням, покликаним з'ясувати, як стереотипне сприймання представників різних націй може провокувати ксенофобію, напруженість або агресію в суспільстві, щоб запобігти їхнім проявам; мінливістю явища, адже разом зі змінами в соціумі змінюються й стереотипи та їхні вербальні прояви: старі зникають, а їхнє місце посідають нові, які, безумовно, потребують аналізу.

Національний (етнічний) стереотип, до якого відносимо мовну свідомість, – це сукупність узагальнених та емоційних уявлень про націю або етнос, його звичаї, культуру, традиції, інтелектуальний та естетичний рівень, а також роль в історії людства. За нашими спостереженнями, етнічні стереотипи можуть виконувати низку функцій: комунікативну, фатичну, узагальнювальну, емотивну, прогностичну, когнітивну, регулятивну, ідентифікаційну, інтегративну, кумулятивну, ідеологічну, пропагандистсько-маніпуляційну. Дослідження національних стереотипів вимагає міжгалузевого підходу (найефективніших результатів можна досягти завдяки співпраці лінгвістів, соціологів, істориків, політиків, психологів) та залучення експериментальних даних.

На матеріалі анкетування в середовищі академічної молоді (опитано 100 студентів із двох ЗВО м. Кам'янець-Подільський Хмельницької області) розглянуто автостереотип мовної свідомості українця. Узагальнюючи ці опитування, стверджуємо, що ми досить критично ставимося самі до себе, не боїмося говорити про свої слабкі сторони та недоліки як нації (наприклад, *корумпованість, байдужість, пияцтво*), хоча не завжди поспішаємо їх виправляти й асоціювати саме зі своєю особою. Наприклад, замість етноніма *українець* респонденти використовують назви з позитивною (*брат, вояк, герой, земляк, козак*) та негативною (*бандерівець, ватник, малорос, майданутий*) конотацією, і їхня кількість майже однакова. Деякі назви ситуативно можуть змінювати конотацію (пор.: *волонтер, укроп, націоналіст, свідомий*).

Стереотипні образи, які можна окреслити на основі зібраних нами даних, є лише частиною загальної картини стереотипних уявлень українців про себе.

Водночас у сучасних умовах розвитку й становлення українського суспільства та державності до його громадянської позиції висуваються особливі вимоги. Він має бути патріотом своєї країни зі сформованою національною та етнічною свідомістю. Під нею розуміють загальний зміст колективної свідомості, на якому ґрунтується самоідентифікація певної нації чи спільноти [3]. До змісту цього феномена належать уявлення про мовну, концептуальну та ціннісну картини світу; відомості про спільність минулого, сучасного й майбутнього певного етносу, знання його фольклору; володіння змістом творів національної літератури, живопису, музики; орієнтування у національних вимірах (сакрально-релігійному, гендерному) та розуміння етнічно-просторових особливостей [2; 4; 5].

Зміст навчання у ЗВО певною мірою сприяє розвитку національно-етнічної та мовної свідомості майбутніх фахівців. Передумовою, формувальним потенціалом характеризується контент навчальних дисциплін «Психолінгвістика», «Соціолінгвістика», «Мовна прагматика» «Психологія міжкультурних комунікацій», «Українська мова за професійним спрямуванням» тощо. Їхній зміст зорієнтований на формування полікультурної та розвиток комунікативної особистості студента, тобто на формування мовної свідомості. Метою викладання дисциплін є формування у студентів поваги до комунікативної культури свого народу та толерантного ставлення до культурних надбань інших етносів; вироблення крос-культурних умінь та розвиток умінь комунікації в полікультурному діловому й професійному середовищі. У процесі опанування курсів дисциплін студенти мають можливість ознайомитися з категоріальним апаратом навчальних дисциплін та основними теоріями міжкультурної комунікації; розкрити типологічні особливості української культури та комунікативності українців; ознайомитись із проблемами формування концептуальної, ціннісної і мовної картин світу; виявити сутність етноцентричності світобачення, особливостей етнічної стереотипізації та етнічної ідентифікації, отже, розширити можливості своєї мовної свідомості. Вивчення цих дисциплін сприяє формуванню здатності здійснювати компаративний аналіз вербального і невербального вираження національних особливостей у міжкультурній комунікації; розвитку умінь розпізнавати особливості міжкультурних відносин, попереджувати міжетнічні конфлікти, управляти ними, вибираючи конструктивні стратегії; розвитку пошуково-інформаційної самостійності, навичок усного й писемного мовленнєвого самовираження, удосконаленню риторичних здібностей студентів. Заняття з цих курсів сприяють вихованню поваги до культурного надбання українського народу й народів світу, формуванню навичок толерантного вияву ставлення до національної ідентичності і на цій основі формування сприятливого інтеркультурного комунікатив-

ного середовища, мовної свідомості. Викладання дисциплін здійснюється на основі компетентнісного, особистісно зорієнтованого, комунікативного підходів, що допомагає розвивати такі компетентності, як полікультурна, комунікативна, аналітична, психологічна, інструментальна. Вивчення курсів відбувається у тісному зв'язку зі змістом навчальних дисциплін «Загальна психологія», «Психологія ділового спілкування», «Соціальна психологія», «Психологія управління», «Психосемантика» тощо.

Стверджуємо, що на когнітивному рівні нашу мовленнєву свідомість і поведінку, в тому числі іноземною мовою, регулюють так звані культурні сценарії або культурні теми, що існують на рівні національної підсвідомості та національної психології. Мовленнєва свідомість складається з дискретних компонентів – культурно маркованих тем, фреймів, скриптів та інших ментальних репрезентацій.

Культурно марковані теми та концепти – це ключові поняття та норми, що склалися історично, є важливими для цієї лінгвокультури і зазвичай яскраво маніфестуються в народній творчості – прислів'ях, приказках та висловах, слоганах та ідіоматичних виразах, бо вони віддзеркалюють етнічну ментальність, народний досвід та мудрість нації. Лінгвокультурні розбіжності на рівні мовної свідомості між ними можна спостерігати, якщо зіставити особливості вербалізації відповідних концептів засобами різних мов.

Сутнісною для вивчення мовної свідомості є проблема ознайомлення з українськими цінностями. Вони поєднали особливості стану душі українців і специфіку вираження ними своєї громадянської позиції, у них виявились такі лінгвокультурні концепти: «вірність – невірність», «миłosердя – жорстокість», «добročинство – злочинство», «любов – ненависть», «смирненність – несмирненність». На основі результатів пошуку вчених різних галузей науки констатуємо, що важливою для нашого етносу є цінність любові: вона починається з «філософії серця» Г. Сковороди. Любов є основою таких рис української ментальності, як кордоцентризм, емоційно межове світовідчуття, оскільки ми вирізняємось надмірною сентиментальністю, ліричністю сприйняття людини, природи й соціуму. Любов виявляється в прихильності до оточення й довкілля. У психології комунікативно важливою якістю вважається емпатійність. В українців це така цінність, як «миłosердя»: відчуваємо чужий біль, як свій, допомагаємо його здолати. І в цьому нам допомагає християнська цінність любові до ближнього. Українці є «чемними» та «ввічливими». Ці шляхетні риси формуються на основі традицій народного виховання та етнопедагогіки, мовно усвідомлюються. Такі цінності виявляються в українській гостинності, на чому неодноразово наголошували іноземці упродовж багатьох століть, подорожуючи Україною чи перетинаючи її кордони. У нашого народу «батьки в пошани». Ця цінність є провідною в народній творчості, у різних жанрах сучасного національного мистецтва. Особливо наголошується на важливості

та цінності материнської любові, яка є оберегом для дітей від зла, лихого слова, вражої кулі тощо.

Запорукою вартісності людини для українців є «родинні стосунки». «Родина, родина, від батька до сина; від матері доні любов передам» – це гасло й сучасної сім'ї. Збереження родинних міцних стосунків є запорукою людського щастя. Україна завжди була на перехресті доріг, людських дол, тривалий час доводила світу свою наявність та ідентичність, звідси й наша цінність – «любов до рідної землі»: до мови, до рідні, до малої батьківщини, до країни.

В українській ментальності є така риса, як антеїзм: не було б її, то не було б в нас сформовано такої цінності, як праця та працелюбність. Ними не лише досягається достаток, але й отримується душевна та моральна насолода. Не маючи тривалий час держави, українці навчилися керувати громадою самостійно, і це наша цінність є народоправством. Сьогодні вона є основою державотворення і державостановлення. Захищали представники українського етносу свої кордони, честь родини від зазіхань інших держав та грабіжників і гвалтівників різних кшталтів. У цій боротьбі й виробилась цінність вільнолюбства, яка заперечує таку рису нашої ментальності, як конформізм, на якій так люблять акцентувати апологети «руського миру».

Національно-етнічна і мовна свідомість студентів формується й розвивається у процесі усіх років навчання і засвоєння навчальних курсів дисциплін з такими змістовими компонентами, як етноцентричність світобачення, етнокультурна стереотипізація, етнокультурна ідентифікація. На основі сформованості мовної і національно-етнічної свідомості студентів можна успішно формувати їхню полікультурну компетентність.

Використовуваний нами як базовий термін «мовна свідомість», під яким слідом за Ж. Абільдіновим ми розуміємо «складний психолінгвістичний феномен, який є частиною когнітивної свідомості і відповідає за механізми мовної діяльності людини» [1], підкреслює пізнавальний момент мовної діяльності суб'єкта. Це важливо враховувати, оскільки комунікативні практики будь-якого колективу накладають свій відбиток на мовну свідомість його членів, формуючи певні стереотипи, маркери загальної мовної картини світу (норми моральної поведінки). Результатом цього впливу може бути поява корпоративної мови, особливого коду, прийнятого в одній організації, яка іншій людині буде не зовсім зрозумілою. Мовна освіта цілком успішно вписується в таке явище, як корпоративна культура – зв'язувальна ланка між членами колективу, об'єднаними загальними цілями та завданнями, нормами, правилами поведінки, традиціями, прийнятими в цій організації. За аналогією з корпоративною культурою, сучасні дослідники вивчають і професійну культуру, яка формує фаховий погляд на світ крізь призму професійної мовної свідомості [7]. У цьому випадку і в корпоративній культурі, і в професійній культурі спостерігаються схожі явища, коли серед носіїв соціально маркованої мови виникає певна мовна

картина світу, що впливає на сприйняття навколишньої дійсності. В процесі формування мовного колективу, для якого характерна певна стандартизована модель мовленнєвої поведінки, мовної свідомості, «формується світ тих, хто розмовляє певною мовою, а мовна картина світу постає як сукупність знань про світ, зафіксованих у лексиці, фразеології, граматиці. Причому формування цих установок здійснюється безпосередньо під час входження індивіда до цього колективу» [6]. Але оскільки корпорація – це не абстрактна категорія, а навпаки, яка має свої численні реальні прояви у вигляді місця, куди працівники щодня приходять на роботу, символики, корпоративної преси, то можна говорити, що корпоративна картина світу дуже тісно пов'язана з образом самої корпорації і, можливо, нею обмежена.

Для виявлення специфіки мовної свідомості студентів, які перебували в умовах впливу певної корпоративної культури, ми провели експеримент, у якому взяли участь студенти-старшокурсники (3–4-й курс) (загалом 52 особи). Ми свідомо не залучали до цього експерименту студентів молодших курсів, оскільки наявність у їхній мовній свідомості стійких елементів корпоративної культури є сумнівною. Вибір спеціальностей також був свідомим, тому що всі вони у своїй професії мають досконало володіти українською мовою (державною).

Корпоративна культура закладу вищої освіти має однаково впливати на студентів, що навчаються, а також володіти способами формування мовної свідомості студентів.

Усю виконану роботу ми розділили на три етапи:

- асоціативний експеримент;
- анкетування;
- аналіз текстів газети «Студентський меридіан»,

яку видають у Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка, за 2020–2021 рр., виявлення мовних помилок, які, ймовірно, впливають на формування елементів мовної свідомості.

Під час першого етапу було проведено асоціативний експеримент. Студентам було запропоновано написати вільні асоціації на слова-стимули, відібрані відповідно до завдань дослідження. Отримані асоціації ми піддали кількісному аналізу, під час якого виявлено найбільш стійкі асоціації, визнані асоціативним ядром, а також периферійні мовні асоціації. Під час проведення асоціативного дослідження як слова-стимули використовувалися корпоративно-марковані слова, які є загальноживаними, частотними для досліджуваного середовища, а також мають певну семантичну навантаженість (дефініція цих понять доповнюється елементами, важливими для їх функціонування у корпоративному середовищі). Слова-стимули були поділені на п'ять тематичних груп:

1) опис структурних елементів організації: бібліотека, центральний корпус, гуртожиток, профком, деканат, університет;

2) навчальний процес та пов'язані з ним елементи: сесія, іспит, пара, залік, практика, знання, курсова, семінар, навчання, лекція;

3) співробітники ЗВО та професорсько-викладацький склад (тобто люди, які працюють у ЗВО): вахтер, охорона, методист, кандидат, викладач, викладач, доцент, наука;

4) речові елементи навчального процесу, безпосередньо пов'язані зі студентом: стипендія, заліковка, шпаргалка;

5) якісна характеристика студента: лінивий, сумлінний, розумний.

Аналіз першої групи слів-стимулів, що належать до опису структурних елементів організації (бібліотека, центральний корпус, гуртожиток, профком, деканат, університет):

1) слово-стимул «бібліотека» переважно асоціюється з «книгами» (45), далі, за спадною, ми відзначили збіг: «другий дім» (5), що свідчить про постійне перебування студентів у бібліотеці;

2) слово-стимул «центральний корпус» – «головний» (37), «КПНУ» (10);

3) слово-стимул «гуртожиток» пов'язане з позитивними характеристиками «веселощі» (34), «дім» (11), «проспект» (6); остання асоціація пов'язана з локацією (місцем), на якій розташовано гуртожиток № 1;

4) слово-стимул «профком» – переважна асоціація «студенти» (42), тому що вони відіграють ключову роль у профкомі; це також вказує на міцний семантичний зв'язок у поєднаннях «студентський профком», «профком для студентів», «профспілкування студентська організація» тощо;

5) слово-стимул «деканат» – найбільш частотною відповіддю є асоціація «декан» (38);

6) слово-стимул «університет» – асоціації частково перегукуються зі словом-стимулом «центральний корпус», є відповіді «КПНУ» (17), «національний» (11), також зустрічається згадка імен викладачів/співробітників, що свідчить про певний авторитет викладача, коли категорія особи людини та місце роботи співпадають.

Аналіз другої групи слів-стимулів, що належать до опису навчального процесу та пов'язаного з ним елементів: сесія, екзамен, пара, залік, практика, знання, курсова, семінар, навчання, лекція:

1) слово-стимул «сесія» – переважають негативні реакції: наприклад, «страх» (17), «кошмар» (13), що говорить про присутність у мовній свідомості студентів уявлення про сесію як дуже нервовий, негативний процес; також є атрибутивна реакція «іспит» (10);

2) слово-стимул «іспит» – велика різноманітність асоціацій: від «нерви» (8), «перевірка» (6), «оцінка» (7) до «автомат» (8) та «шпаргалка» (5), що говорить про суто індивідуальне ставлення кожного студента до цього слова-стимулу;

3) слово-стимул «пара» – велика кількість асоціацій, пов'язаних із часом, що показує усунення семантичного поля слова «пара», студентами воно сприймається однозначно як часовий відрізок;

4) слово-стимул «залік» – найбільш поширене слово-реакція – «автомат» (15), що підкреслює певні традиції і, відповідно, очікування студентів від цього процесу; «заліковка» (9), що свідчить про взаємопов'язаність цих понять, їхню нерозривність;

5) слово-стимул «практика» викликало численні асоціації, які не піддаються угрупованню, проте семантичною домінантою є сема «робота», що показує зрушення семантичного поля у студентів старших курсів під впливом проходження виробничої практики;

6) слово-стимул «знання» – переважають асоціації, пов'язані з тимчасовим відрізком «пара» (6), крилатим виразом «сила» (5);

7) слово-стимул «курсора» – викликає найчастішу реакцію «робота» (21), що має, як ми вважаємо, стійкий семантичний зв'язок з формою подання результатів дослідження і не передбачає сам процес підготовки;

8) слово-стимул «семінар» викликає різнобічні асоціації, серед яких переважають «спілкування» (4), «відповідь» (4), зв'язок із певним предметом (педагогіка, філософія тощо), а також наявність певних матеріалів, які використовуються під час підготовки (бібліотека, практика);

9) слово-стимул «навчання» викликає реакції, пов'язані зі знаннями;

10) слово-стимул «лекція» – переважають відповіді, пов'язані з часом «пара» (17), зі станом студентів: «сон» (5).

Аналіз третьої групи слів-стимулів, що стосуються опису співробітників вишу та професорсько-викладацького складу: вахтер, охорона, методист, кандидат, викладач, доцент, наука:

1) слово-стимул «вахтер» асоціюється зі словом «перепустка»;

2) слово-стимул «охорона» асоціюється з «формою» (19), що відрізняє охорону від інших співробітників; «перепусткою» (6) – необхідним елементом, щоб пройти до університету;

3) слово-стимул «методист» викликало різноманітні реакції, що показує незначну присутність цієї лексеми у мовній свідомості студентів та її рідкісне вживання; найпоширеніша реакція – «розробник» (3);

4) слово-стимул «викладач» асоціюється зі словом-реакцією «розумний», що свідчить про авторитет викладача;

5) слово-стимул «кандидат» – більшість досліджуваних відреагувала на цей стимул словами «наука» (14), що говорить про семантичний корелят цих слів, які утворюють стійке словосполучення;

6) слово-стимул «доцент» – найчастіша асоціація: «розумний» (11), що підтверджує наявність певного сталого професійного образу;

7) слово-стимул «наука» отримало найбільшу реакцію «знання» (12) і навіть слова, синтагматично пов'язані з цим стимулом.

Аналіз четвертої групи слів-стимулів, пов'язаної з речовими елементами навчального процесу: стипендія, заліковка, шпаргалка:

1) слово-стимул «стипендія» викликає реакції, пов'язані з «грошима» (21); це свідчить про те, що студент сприймає стипендію як джерело доходу;

2) слово-стимул «заліковка» має парадигматичний зв'язок зі словами «синя книжка» (4), «оцінка» (8), «сесія» (9), що свідчить про взаємопов'язаність цих понять, їхню нерозривність, тобто у свідомості

студентів «заліковка» акумулює весь емоційний фон, пов'язаний із процесом складання іспитів, заліків, у тому числі безпосереднє спілкування з викладачем;

3) слово-стимул «шпаргалка» сприймається студентами як джерело порятунку – «допомога» (7), «впевненість» (5).

Аналіз п'ятої групи слів-стимулів, пов'язаних з якісною характеристикою студента: лінивий, сумлінний, розумний:

1) слова-стимули «лінивий» і «сумлінний» пов'язані у свідомості зі словом «студент» (7), що говорить про стереотипність сприйняття;

2) слово-стимул «розумний» асоціюється з «окулярами» (7), що свідчить про стереотипності сприйняття.

Слова-стимули з інших груп, такі як *профком, декан, деканат, заліковка, перепустка, охорона, семінар, шпаргалка, вахтер*, відсутні в асоціативному словнику, тому порівняння отриманих реакцій неможливе. Проте ці слова зафіксовані в усному та письмовому вживанні у мовленні студентів, причому з досить великою частотою, тому вони мають велике значення для формування мовної картини світу представника цієї корпоративної культури. Асоціативна реакція на ці слова підтверджує специфічність їхнього сприйняття.

Таким чином, у кожній асоціативній групі присутні як типові стереотипи сприйняття реалій, що належать до ЗВО, характерні для широкого кола респондентів, так і специфічні асоціації, що підтверджують зміну мовної свідомості студентів (щодо сприйняття семантичного поля слова) під впливом корпоративної культури закладу вищої освіти. Подібність слів-стимулів у студентів-респондентів показала, що асоціативні реакції є іміджевими маркерами (показниками) корпоративної культури загалом та корпоративної культури конкретного ЗВО зокрема.

Для підтвердження даних, отриманих під час проведення асоціативного експерименту, ми скористалися методом анкетування. Випробувані були запропоновані питання, що безпосередньо стосувалися вишу, пов'язані з його історією, структурою, підрозділами. Наприклад:

1. У якому році засновано університет?
2. Скільки факультетів в університеті?
3. Скільки корпусів у в університеті?
4. Які два факультети були першими?
5. У яких містах розташовані філії?
6. Скільки інститутів в університеті?

Також для виявлення стійких стереотипів мовної свідомості ми запропонували закінчити фрази, в яких перший компонент семантично пов'язаний з університетом (Університетська...; інститут...; Кам'янець-Подільський... університет; Огієнківські...; Університетські... тощо).

Респонденти, закінчуючи фразу, підсвідомо вписували потрібне слово. Цей метод заснований на виявленні базисних уявлень про явище, що вивчається, які перейшли в розряд неусвідомлених. Так, у словосполученні «огієнківські», як правило, відповідь була «читання»; «університетська сім'я», «Університет» – «національний» тощо. Також було

запропоновано завдання розшифрувати аббревіатури, що є непрямим підтвердженням знання елементів корпоративної культури ЗВО (наприклад, ЦТС – центр творчості студентів; ФМФ – фізико-математичний факультет).

Відповіді, орієнтовані на знання, мають фактичний характер і складаються в єдину систему знань, які нав'язуються як обов'язкові усім студентам навчального закладу вищої освіти. Виникає хіба що «простір значень», тобто закріплені у мові уявлення про світ (в цьому випадку про ЗВО) влітаються у національно-культурний досвід конкретної мовної спільноти, кожної мовної особистості, яка входить до цієї спільноти. Формується світ тих, хто розмовляє певною мовою, а мовна картина світу постає як сукупність знань про світ, зафіксованих у лексиці, які допомагають зрозуміти, чим відрізняються корпоративні культури, як вони взаємодіють одна з одною.

Ще одним перевіримим елементом результатів асоціативного експерименту виступили тексти внутрішньої корпоративної газети «Студентський меридіан», які ми методом суцільної вибірки перевірили щодо частотного вживання різних слів та словосполучень. Отриманий результат поділили на три групи:

1) творчість студентів: *творчість, весна студентська, перші кроки, фестиваль творчості, крок у творчість*;

2) події у житті університету: *конференція (міжнародна, наукова, студентська, трудового колективу...), олімпіада (з математики, лідерів...), день (здоров'я, перекладача, знань, археолога...), тиждень (англійської мови, здорового способу життя...), відсвяткували*;

3) досягнення: *високий рівень (наукової підготовки...), почесні грамоти, досягнення (наукові, спортивні), нагороди (заслужені, знайшли наших героїв), найкращі (студенти, інвестори, молодий спеціаліст, результати у міжнародному праві, Україна, книги, командоутворення, лідери), лауреати (стипендії), розвиток (університет)*.

На шпальтах «Студентського меридіану» використовується займенник «ми», який говорить про те, що колектив сприймає себе як єдине ціле. Внаслідок цього з'являється феномен мовного об'єднання, у тому числі в межах мовної картини світу, отже, з'являються схожі стереотипи мовної свідомості.

Завдання газети полягає в тому, щоб показати, відзначити найкраще для створення позитивного іміджу, оскільки «Студентський меридіан» – це своєрідне відображення університету.

Висновки. Аналіз структурних компонентів національної самосвідомості дозволив визначити критерії її сформованості, які виражають ставлення студентів до рідної землі, рідного краю; етносу, нації, народу, його культури; України та розбудови української незалежної держави; суспільства й людей; самих себе. Відповідно до визначених критеріїв, виділено три рівні сформованості національної самосвідомості студентів: високий, середній, низький. Високий рівень має лише 25,8% студентів. Самооцінка студентів щодо наявності якостей націо-

нальної самосвідомості має тенденцію наближатись до адекватної, хоча у деяких студентів рівень самооцінки дещо завищений.

Виявлено, що розв'язання психологічної проблеми розвитку національної самосвідомості студентів можливе за таких психологічних умов: створення програми розвитку національної самосвідомості; спрямування означеної програми на практичне засвоєння теоретичних і практичних знань щодо національних феноменів; збагачення знаннями та формування навичок активної взаємодії за рахунок використання власного досвіду; формування готовності особистості усвідомити відповідальність

за свій розвиток, долю нації; стимулювання творчої та соціальної активності студентів, створення умов для їхньої самореалізації.

У ході проведеного аналізу елементів корпоративної комунікації, а також виявлених стійких стереотипів мовної свідомості носіїв корпоративної культури ЗВО ми дійшли висновку, що у мовній свідомості студентів формуються певні стереотипні форми сприйняття навколишньої дійсності, зумовлені тривалим перебуванням у корпоративному середовищі. Ці мовні стереотипи відображаються і в когнітивному плані, що підтверджують дані асоціативного експерименту.

Список літератури

1. Абильдінова Ж. Мовна свідомість як психолінгвістичний феномен. *Неофілологія*. 2018. Т. 4. № 14. С. 33–43.
2. Крячко В. Соціодіагностичний ракурс української ментальності: монографія. Київ: Інтерсервіс, 2012. 248 с.
3. Манакін В. Мова і міжкультурна комунікація: навчальний посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
4. Махній М. Homoetnikos: психологія і культура. Чернігів: Видавець Лозовий В., 2015. 400 с.
5. Махній М. Етнопсихологія і міжкультурна комунікація. Чернігів: Видавець Лозовий В., 2015. 256 с.
6. Селютін А. Корпоративна культура як сукупність текстів: лінгвокультурологічний аналіз: дис. ... канд. філол. наук. 2007. 126 с.
7. Харченко Є. Моделі мовної поведінки у професійному спілкуванні: монографія. Київ, 2003. 336 с.

References

1. Abildinova, Zh. (2018). *Movna svidomist yak psykhohnhvistychnyi fenomen* [Linguistic consciousness as a psycholinguistic phenomenon]. *Neofilohiya*. T. 4. № 14. S. 33–43 [in Ukrainian].
2. Kryachko, V. (2012). *Sotsiodiagnostychnyi rakurs ukrainskoi mentalnosti: monohrafiia* [Sociodiagnostic perspective of the Ukrainian mentality: monograph]. Kyiv: Interservis, 248 s. [in Ukrainian].
3. Manakin, V. (2012). *Mova i mizhkulturna komunikatsiia: navchalnyi posibnyk* [Language and intercultural communication: a study guide]. Kyiv: VTs «Akademiya», 288 s. [in Ukrainian].
4. Makhniy, M. (2015). *Homoetnikos: psykhohhiia i kultura* [Homoetnikos: psychology and culture]. Chernihiv: Vydavets Lozovyi V., 400 s. [in Ukrainian].
5. Makhniy, M. (2015). *Etnopsykhohhiia i mizhkulturna komunikatsiia* [Ethnopsychology and intercultural communication]. Chernihiv: Vydavets Lozovyi V., 256 s. [in Ukrainian].
6. Selyutin, A. (2007). *Korporatyvna kultura yak sukupnist tekstiv: lnhvokulturolohichnyi analiz: dysertatsiia kandydata filolohichnykh nauk* [Corporate culture as a set of texts: linguistic and cultural analysis: thesis of the candidate of philological sciences]. 126 s. [in Ukrainian].
7. Kharchenko, Ye. (2003). *Modeli movnoi povedinky u profesiinomu spilkuvani: monohrafiia* [Models of language behavior in professional communication: monograph]. Kyiv, 336 s. [in Ukrainian].